



Evaluación del
desarrollo de
capacidades en la
empresa

Grado en Publicidad y
RR.PP.
2018-19



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Evaluación del desarrollo de capacidades en la empresa

Titulación: Grado en Publicidad y RR.PP.

Curso Académico: 2018-19

Carácter: Obligatorio

Idioma: Castellano/inglés

Modalidad: Presencial/semipresencial/a distancia

Créditos: 18

Curso: 3º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dra. Dña. Rocío Gago Gelado/ Dr. D. Fernando Toledano Cuervas-Mons

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

1.1. Competencias¹

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Aplicar de manera práctica los conocimientos adquiridos en el programa formativo durante el desarrollo de la actividad profesional.

Aplicar las competencias adquiridas durante el desarrollo del programa formativo.

¹ La Facultad Comunicación y Artes de la Universidad Nebrija aprobó en Junta de Facultad de fecha 4 de julio de 2013 unificar los criterios de evaluación y la redacción -que no naturaleza y objetivos- de las competencias en aquellas asignaturas compartidas entre distintos programas. Con ello, la Facultad de Comunicación y Artes pretende mejorar la coordinación horizontal en los programas de grado y homogeneizar las características de las materias y requisitos solicitados al alumno

1.2. Resultados de aprendizaje

Realización de prácticas formativas profesionales en empresas o instituciones, relacionadas con sus estudios universitarios, tutorizadas desde la Universidad y la empresa..

2. CONTENIDOS

2.1 Requisitos previos

Los estudiantes deben haber superado el 50% de los créditos necesarios para obtener el título universitario cuyas enseñanzas estuviesen cursando. La idoneidad de la actividad a realizar debe ser valorada y aprobada por el Centro de Asesoramiento Profesional.

2.2 Breve descripción de los contenidos

Realización de prácticas formativas profesionales en empresas o instituciones, relacionadas con sus estudios universitarios, tutorizadas desde la Universidad y la empresa.

2.3 Contenido detallado

Actividades formativas y Metodología.

- Prácticas externas y trabajo personal del alumno: 427,5 h. (95%). Todas las competencias de la materia.
- Tutorías y evaluación: 22, 5 h. (5%). Todas las competencias de la materia.

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1 Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2 Criterios de evaluación

Prácticas tutoradas desde la Universidad (tutor académico) y desde la empresa (tutor empresarial).

La idoneidad de cada periodo de prácticas deberá ser valorada y aprobada por la Universidad para su posterior cómputo de créditos académicos. Una vez finalizadas las prácticas, el alumno deberá presentar dos documentos:

- Certificado empresarial de realización de prácticas formativas: (80%)
- Informe de Finalización de Prácticas Formativas. (20%)

Tras una valoración conjunta de ambos documentos, junto con el seguimiento realizado conjuntamente por el tutor académico y el tutor empresarial, se emite, en su caso, certificación de los créditos académicos y se incorporan al expediente del alumno.

Los créditos correspondientes a prácticas externas serán evaluados con una calificación numérica entre el 0 y 10, y formará parte de la media del expediente del alumno.

En el Portal del Alumno está disponible para conocimiento del alumno “el procedimiento de actuación en la realización de las prácticas externas” que regula esta materia.

4. BIBLIOGRAFÍA

- http://www.nebrija.es/rednebrija/documentos/Procedimiento_Practicas_Externas.pdf?PH_PSESSID=83e3572ee451b257626fe3c7f67f38e5
- http://www.nebrija.com/vida_universitaria/practicas/index.php

5. DATOS DE LOS PROFESORES

Nombre y Apellidos	Rocío Gago Gelado
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Doctora y licenciada en Ciencias de la Comunicación
Correo electrónico	mgago@nebrija.es
Localización	Campus Princesa
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora p or email.
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	Doctora en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid con la tesis “Análisis del cyberfeminismo en España: discurso teórico y prácticas digitales”. Licenciada en C.C. de la Información por la Universidad Pontificia de Salamanca. Curso de adaptación Pedagógica (CAP) Especialidad: Lengua Española y Literatura. Miembro del Observatorio de Igualdad y Género de la URJC. Ha trabajado como redactora y locutora en Radio (Cadena SER). Directora de teatro, ha trabajado en televisión en series de ficción española como <i>Los Serrano</i> (Telecinco), <i>Los hombres de Paco</i> (Antena 3), <i>El Barco</i> (Antena 3), <i>Lolita Cabaret</i> (Antena 3), <i>Águila Roja</i> (RTVE), <i>Vis a Vis</i> (Antena 3), entre otras, en los ámbitos de guion, producción, dirección, realización y montaje.

Nombre y Apellidos	Dr. D. Fernando Toledano Cuerva-Mons
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctor en Ciencias de la información
Correo electrónico	ftoledan@nebrija.es
Localización	Campus Princesa
Tutoría	Previa petición por mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Doctor en Ciencias de la información por la Universidad Complutense de Madrid. Master en Publicidad por ICADE (Universidad Comillas). Licenciado en Ciencias de la Información por la UCM, especialidad en Comunicación audiovisual.</p> <p>Ha trabajado en Gardoqui-Gold; Publicis y RdA Comunicación. Profesor en el Master Universitario en Dirección de Publicidad Integrada Nebrija-TBWA. Ha sido docente en el Curso de Creatividad Publicitaria y de la Comunicación del IED (<i>Istituto Europeo di Design</i>). Pertenece al Comité Ejecutivo del Capítulo Académico de la IAA (<i>International Advertising Association</i>). Actualmente es Director del Departamento de Publicidad y Director académico de Grado en Publicidad y RR.PP. de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Artes.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Toledano, F. y de Miguel, M. (2018). <i>Storytelling y Storydoing: técnicas narrativas para la creación de experiencias publicitarias en Creatividad en Publicidad: Del impacto al comparto</i>. Madrid: Dykinson. – Toledano, F. y Núñez, P. (2017). <i>La formación de la creatividad: una instantánea de los grados universitarios en El creativo publicitario en la era digital</i>. Madrid: Síntesis. – Toledano, F.; Polo, S. (2015). <i>Presencia, respuesta, generación y sugerencia (PRGS) en campañas publicitarias en redes sociales</i>. En <i>Comunicación e interactividad</i>. ACCL. Páginas 513-530. – Toledano, F.; Miguel, B. (2015). <i>Herramientas de marketing de contenido para la generación de tráfico cualificado online</i>. Opción. Vol. 31. Páginas 978-996. – Toledano, F.; Grijalba, N. (2011). <i>El entretenimiento como estrategia de comunicación</i>. En <i>Investigaciones educacionales en la sociedad multipantalla</i>. Fragua. Páginas 273-286. – Toledano, F.; Perlado, M.; Ramos, M (2010). <i>Nuevas capacidades y perfiles profesionales en el sector audiovisual y publicitario: hacia la formación en competencias</i>. En <i>Últimos estudios sobre Publicidad: de "Las Meninas" a los tuits</i>. Fragua. Páginas 547-560.